

ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ

Ключевые слова: общие и специфические свойства услуг общественного питания, объекты и субъекты рынка, услуги общественного питания, функции.

Аннотация. В статье уточнено понятие «услуги общественного питания», определены объекты и субъекты рынка услуг общественного питания, рассмотрены функции и особенности общественного питания на рынке предоставления потребительских услуг населению, представлены как общие для всех услуг свойства, так выявлены и специфические.

В условиях динамичного развития отрасли сферы услуг особое место занимает рынок услуг общественного питания. Рынок как сфера деятельности и как сфера услуг, изучается учеными-экономистами М. Абрютиной, Ф. Котлер, М. Сероштан, М. Фридман, И. Шавандиной.

Широкое распространение в научной литературе получило представление, что рынок – это совокупность потребителей определенного товара или услуги и множество продавцов, осуществляющих продажу определенного товара и предоставления услуги. Использование данной трактовки в теории и практике исследования рынка не позволяет сегодня правильно и полно оценить влияние рыночных явлений на развитие экономики в целом.

Шавандина И. В. в своих исследованиях рынка услуг утверждает, что в условиях трансформации мировых экономических взаимоотношений, влияния глобализации, усиления конкуренции на рынке товаров и услуг, для организаций промышленности, торговли, общественного питания важно разделение товаров и услуг для решения организационных и технологических проблем. Однако потребители расценивают товар и услуги как неразделимое благо [8].

М. Абрютина определяет, что если взять за основу предлагаемое покупателем единство товара и услуги как объекта купли-продажи, то

«рынок услуг общественного питания» можно рассматривать, так же как и рынок различных услуг [2].

Цели рынка услуг общественного питания по своей сущности сходны с целями товарных рынков, но имеют и несколько особенностей, суть которых характеризует специфику услуги как рыночного продукта.

Известный экономист М. Фридман считает, что основные цели любого рынка могут быть определены в самом общем виде следующим образом:

- удовлетворение потребностей потребителей;
- получение дохода производителями услуг;
- создание общественных благ.

Экономическая цель рынка услуг общественного питания состоит в обеспечении эффективного использования потребительских ресурсов для удовлетворения потребностей общества. Реализация этой цели происходит в результате изучения потребностей общества в услугах и представление их многообразия на рынке [7].

Таким образом, можно сказать, что производство услуг общественного питания исходит из реально изменяющихся рыночных условий и потребностей населения. В сфере предоставления услуг общественного питания все участники рынка оказываются в приблизительно одинаковых условиях, что соотносит на уровне ценового регулирования производства услуг питания с реально изменяющимися потребностями. Рынок услуг общественного питания включает объекты и субъекты.

Объекты услуг общественного питания, по определению М. Сероштан, занимают особое место в структуре рынка предоставления потребительских услуг [6]. Особая их социально-экономическая роль заключается в сочетании черт сферы производства и сферы услуг: специализация на производстве и реализации собственной готовой к потреблению пищи и организации, обслуживания процесса потребления пищи.

На рис. 1 представлено место услуг общественного питания во взаимодействии объектов и субъектов рынка.

Для осуществления эффективной деятельности общественного питания необходимо обеспечение бесперебойного снабжения его предприятий товарами и сырьем. В этих целях предприятия питания устанавливают хозяйственные связи с производителями и поставщиками сырья, товаров, финансовыми структурами и тем самым оказывают им определенные услуги: логистические, финансовые, маркетинговые, рекламные и другие. Выполнение услуг общественного питания

возможно только при наличии квалифицированного персонала, поэтому можно сказать, что предприятия питания содействуют занятости населения.



Рисунок 1 – Общественное питание во взаимодействии объектов и субъектов рынка

От предоставления качественных и соответствующих запросам потребителей услуг питания зависят доходы государства, так как в бюджеты различных уровней поступают доходы от продажи услуг предприятий общественного питания.

На наш взгляд, рынок услуг отрасли питания имеет ряд особых отличий от рынка других услуг:

- объекты купли-продажи взаимосвязаны с осуществлением деятельности в трех сферах: производство собственной, готовой к потреблению продукции, ее реализация и организация потребления;

- в рамках отдельного предприятия общественного питания осуществляется технологически законченный цикл производства конечного продукта;

- конкуренция в сфере услуг отрасли питания развивается быстрыми темпами;

- сеть предприятий общественного питания включает в себя большое разнообразие субъектов хозяйствования;

- услуга общественного питания имеет частный характер, так как предоставляется конкретному потребителю.

Основными субъектами рынка услуг общественного питания являются:

- а) совокупность предприятий общественного питания, которые объединены по ассортименту вырабатываемой и реализуемой продукции, по общности производственных технологических процессов, материально-технической базе, формам обслуживания потребителей;

- б) товаропроизводители, физические или юридические лица, занимающиеся предпринимательской, торговой деятельностью, приобретающие продукцию в целях извлечения прибыли;

- в) население страны и отдельных территорий, индивидуальные потребители продукции общепита, отдельные группы населения с различными доходами и социально-демографическими характеристиками;

- г) коллективные потребители (школьники, рабочие предприятий, студенты, пассажиры транспорта дальнего следования, служащие различных ведомств, отдыхающие в домах отдыха, санаториях, больницах и т. д.).

Все вышеперечисленные субъекты рынка услуг общественного питания выступают потребителями производимой готовой продукции отрасли питания и ее услуг.

Как показали исследования ученого-экономиста Лисицкого И. А., особенность деятельности отрасли общественного питания заключается в том, что она является участником одновременно двух отраслей

народного хозяйства – пищевой промышленности и торговли, т. е. можно отметить, что сводится к сочетанию сферы производства и переходит в сферу обращения и потребления [4].

Следует отметить, что особенность общественного питания на рынке предоставления потребительских услуг выражается в функциях, которые они выполняют (рис. 2).

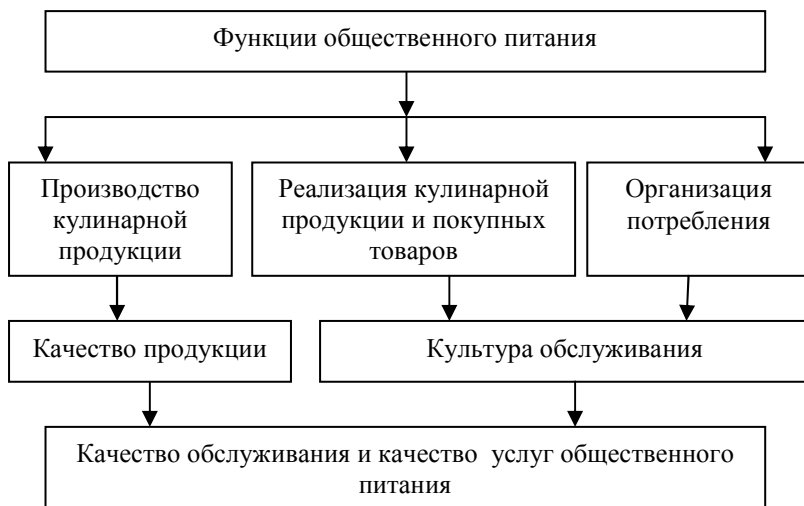


Рисунок 2 – Функции услуг общественного питания

Из рис. 2 следует, что в настоящее время отрасль общественного питания включает услуги, которые имеют свои отличительные черты. Это обусловлено выполнением трех взаимосвязанных функций: производство кулинарной продукции, реализация кулинарной продукции и покупных товаров и организация потребления.

Кулинария или кулина́рия (от лат. *culīnāria* (ars) «кухонное (ремесло)», от лат. *culīna* «кухня») – область человеческой деятельности, связанная с приготовлением пищи. Включает в себя комплекс технологий, оборудования и рецептов. Методы приготовления пищи и сами ингредиенты широко варьируют в разных странах, отражая уникальные взаимосвязи культуры, экономики и традиций. Приготовление пищи само по себе сильно зависит и от умения и образования персонала [7].

В экономике дорыночного типа в России общественное питание относилось к сфере материального производства. Это было в опреде-

ленной степени неверным, так как в общественном питании существуют лишь элементы материального производства, которые выражаются в основном доработкой продуктов при производстве кулинарной продукции. Эти операции представляют собой продолжение процесса производства в сфере обращения. Главным же в общественном питании было и остается производство услуг населению.

Производственная функция связана с ассортиментом и качеством выпускаемой продукции, а функции реализации, организации потребления и проведение досуга – с качеством обслуживания посетителей. Все функции тесно связаны между собой и определяют работу предприятий общественного питания.

В современной статистической классификации общественное питание относится и к сфере материального производства, и к сфере товарного обращения, так как в основном текущие расходы здесь представлены издержками обращения и издержками по организации потребления. Все этапы воспроизводственного процесса связаны между собой, хотя главная и определяющая роль принадлежит производству как исходному пункту. Общественное питание связано со всеми сферами движения производимых благ.

Функция производства заключается в том, что поступающие на производство сырье и полуфабрикаты подвергаются переработке и в результате создается товар (готовая к употреблению пища), имеющая как стоимость, так и потребительную стоимость. Из этого следует, что предприятия принимают участие в создании внутреннего валового продукта и национального дохода государства. Это объединяет предприятия общественного питания и предприятия пищевой промышленности, т. к. и те и другие занимаются производством пищевой продукции.

Однако хотелось бы отметить и ряд отличий:

- процесс производства в общественном питании базируется на приготовлении кулинарной продукции небольшими партиями и не носит серийный характер;

- ассортимент выпускаемой продукции отличается разнообразностью, взаимозаменяемостью, неповторяемостью во времени;

- объем, ассортимент производимой продукции колеблется по сезонам, месяцам, дням, неделям и часам;

- объем, структура готовой продукции зависят от характера спроса, контингента потребителей по покупательской способности, покупательским предпочтениям, демографическим параметрам;

- объем, ассортимент продукции в условиях развивающейся конкуренции определяется типом предприятия;

- продукция предприятий общественного питания готова к непосредственному потреблению, не выдерживает длительного срока хранения и транспортировки, требует срочной реализации и потребления;
- производство продукции и организация ее потребления объединяются во времени и пространстве, т. е. территориально, как правило, все происходит в одном помещении;
- предприятия общественного питания непосредственно связаны с потребителями их продукции.

В процессе производства в отрасли питания создается новый продукт, имеющий стоимость, отличную от стоимости продуктов, использованных в качестве исходного сырья. Произведенная продукция в общественном питании поступает в реализацию с новыми потребительскими свойствами и дополнительной стоимостью. Общественное питание, реализуя свою продукцию, участвует в процессе осуществления товарообменных операций.

Функция реализации кулинарной продукции и покупных товаров (обмена) заключается в том, что выпускаемая продукция реализуется в обмен на денежные доходы населения. В результате этого происходит смена форм стоимости и форм собственности. Продукция поступает в личную собственность, перемещаясь, таким образом, в завершающую стадию движения продукта – сферу потребления. Функция реализации сближает предприятия общественного питания и организации, оказывающие услуги розничной торговли, но имеют место и отличие. Отличие состоит в том, что в общественном питании в основном реализуют собственную продукцию, а в предприятиях торговли – готовые товары. Таким образом, предприятия торговли выступают посредником между производителями и потребителями готовых товаров. В данном случае предприятия питания выполняют основные функции торговли и, как следствие, участвуют в общем розничном товарообороте. Поэтому в статистике показатели общественного питания до 2006 г. отражались в разделе «Торговля и услуги населению».

Торговая функция предприятий питания развивается под воздействием ряда факторов, которые количественно и качественно влияют на нее. Количественная сторона находится в зависимости от численности населения, пользующегося услугами общественного питания. Качественная сторона совершенствуется в зависимости от применяемых форм и методов обслуживания потребителей.

Следует отметить, что производственная функция является необходимой предпосылкой для осуществления функции организации питания, а функция реализации как дополнительная, характеризующая в условиях товарно-денежных отношений смену форм стоимости.

Функция организации потребления готовой продукции является специфической и характеризует общественное питание как общественно-организованную форму потребления. Ее особенность состоит в том, что, во-первых, данная функция свойственна только общественному питанию, во-вторых, ее роль в рыночных условиях деятельности предприятий возрастает, в-третьих, функции производственная и реализации являются исходными и способствуют осуществлению функции организации питания.

Организация потребления произведенной продукции тесно связана с предоставлением потребителям услуг, которые обеспечивают населению проведение свободного времени. Развитие общественного питания за последние годы говорит об усилении его роли в организации досуга населения и участии проведения различных социальных мероприятий. Сегодня предприятия общественного питания стремятся увеличить количество потребителей, используя развлекательные программы, транслируя художественные фильмы, спортивные мероприятия, организуют проведение различных акций, конкурсов, дискотек, праздничных и тематических мероприятий. Организация досуга присуща практически всем типам предприятий отрасли питания. В процессе общественного разделения труда роль общественного питания заключается в приготовлении пищи и предоставлении услуг для восстановления затраченной энергии в процессе жизнедеятельности человека и восстановления его способности к активной и всесторонней жизни.

Важно отметить, что предприятия общественного питания отличаются от предприятий пищевой промышленности процессом реализации произведенной продукции и покупных товаров, а также организацией ее потребления, а от предприятий розничной торговли – собственным производством продукции и организацией ее потребления. Отличие общественного питания от отраслей промышленного производства товаров и торговли в том, что оно выполняет все функции одновременно.

Таким образом, особенность общественного питания – совпадение во времени процессов производства, обмена и потребления, а с точки зрения воспроизводства общественного продукта других отраслей – в обеспечении условий для возрастания авансированных экономических ресурсов связанных с ней отраслей.

Следует отметить, что роль общественного питания как составной части сферы производства услуг и их обращения заключается:

- в обеспечении непрерывности воспроизводства общественного продукта (участвует в производстве, обращении и организации потребления благ);

- в осуществлении продажи товаров и услуг в соответствии с запросами потребителей (обеспечивает удовлетворение спроса населения);

- в нормальном функционировании общественного питания, способствующем увеличению устойчивости финансового состояния и денежного обращения в стране. Следовательно, в результате деятельности отрасли питания образуется значительная часть финансовых ресурсов других отраслей народного хозяйства и государства в целом.

Все это позволяет выполнять отрасли общественного питания социально-экономические задачи на рынке предоставления услуг населению, а именно: социальные – удовлетворение физиологических и культурных потребностей общества в организации питания, и экономические – обеспечение условий получения экономических выгод в процессе осуществления своей деятельности.

Исследования, проведенные нами, позволяют прийти к выводу, что основные задачи развития общественного питания на рынке услуг заключаются в следующем:

- обеспечение потребителей питанием на научной основе;
- распределение и планирование деятельности с учетом производства собственной продукции и продажи покупных товаров;
- применение рациональной схемы размещения и специализации предприятий, современных технологий производства;
- организация досуга, создание условий для индивидуального отдыха, проведения семейных торжеств, деловых встреч;
- экономия издержек потребления, увеличение свободного времени населения за счет осуществления функций предприятий общепита по закупке продуктов, процесса приготовления пищи, сервировке, уборке стола, мытью посуды и помещений и т. д.

Для оценки значения развития услуг питания в современных условиях необходимо уточнить определение их сущности. В теоретических разработках дореформенного периода практически не рассматривалась сущность услуг общественного питания. В большинстве научных источников приводится определение, установленное ГОСТом 50647-94, согласно которому общественное питание определяется как «совокупность предприятий различных организационно-правовых форм и граждан-предпринимателей, занимающихся производством, реализацией и организацией потребления кулинарной продукции». Данное определение не отражает специфику деятельности предприя-

тий сферы общественного питания и не раскрывает многосторонность услуги. Услуга общественного питания – это не только результат деятельности, но и само действие, которое находит выражение в качестве произведенной продукции, организации питания, обслуживании и обеспечении проведения досуга.

По нашему мнению, сущность услуги общественного питания следует понимать как специфический вид экономической деятельности хозяйствующих субъектов, совокупность действий и/или результат их деятельности, цель которых повышение потребительской полезности услуги в сфере внедомашнего питания населения и связанные с производством, реализацией собственной продукции общественного питания, покупных товаров, проведении досуга.

Известные ученые-экономисты Николаева Т. И., Фадеева З. О. считают, что при всем разнообразии оказываемых населению услуг общественного питания они имеют как общие для всех услуг свойства, так и специфические [5]. Так к общим свойствам услуг они относят:

1. Неотрывность производства услуг от потребления. В отличие от товара услуга общественного питания предоставляется и потребляется одновременно.

2. Адресность. Услуга предприятия общественного питания предоставляется конкретному потребителю, носит персонализированный характер.

3. Непостоянство содержательных характеристик. Качество услуг предприятий общественного питания может быть стабильным, но в процессе обслуживания эта стабильность может быть нарушена или может варьироваться в зависимости от различных условий предоставления услуги, от уровня квалификации персонала, его личностных характеристик, наличия определенных компетенций.

4. Несохранимость. Возникновение спроса на услуги предприятий общественного питания зависит от индивидуальных потребностей потребителей. Спрос на услуги часто нестабилен, а в отличие от товара услуги хранить нельзя.

К специфическим свойствам услуг предприятий общественного питания относятся: участие потребителя в процессе получения услуги, зависимость результата не только от производителя, но и от потребителя, разнообразный объем и характер услуг различных типов предприятий, многообразие форм обслуживания, оказание услуги в условиях ограниченности знаний об объекте, субъективный характер оценки качества услуги в зависимости от состояния источника, уровня его квалификации, настроения.

Услуги общественного питания являются особыми по важности, масштабу и занимающие определяющее место на отраслевом рынке предоставления потребительских услуг. Именно они формируют эффективный механизм удовлетворения потребностей населения в удовлетворении индивидуальных, персонафицированных потребностей потребителей не только в услугах по организации питания, но и по организации досуга населения. Услуги общественного питания на рынке потребительских услуг – категория исторически развивающаяся, изменяющаяся. На том или ином этапе экономического развития нашей страны одни услуги прочно входят в жизнь, становятся традиционными, другие только зарождаются.

ЛИТЕРАТУРА

1. ГОСТ Р 50647-94. Общественное питание. Термины и определения. М., 2010. С. 29.
2. Абрягина М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: Учебное пособие. М.: Издательство «Дело и Сервис», 2010. 464 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг: Гостеприимство и туризм [Текст] / Ф. Котлер, Г. Амстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг, (пер. с англ.). М.: СПб издат. Дом «Вильямс», 1999 г. 438 с.
4. Лисицкий И. А. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в сфере услуг на примере предприятий общественного питания: автореф. дис. канд. экон. наук / Лисицкий И. А.: Всерос. гос. налоговая акад. Минфина России. М., 2008. 29 с.
5. Николаева Т. И., Фадеева З.О. Формирование услуг предприятий общественного питания в условиях развития рыночной экономики// Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Экономика и менеджмент». 2007. Вып. 4. № 27 (99).
6. Сероштан М. В. Исследование конкурентоспособности потребительской кооперации России: Монографии / М. В. Сероштан. – Белгород: кооперативное образование, 1999 г. 309 с.
7. Фридман А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества. М.: Дашков и Ко, 2009. 626 с.
8. Шавандина И. В. Социально-экономическая эффективность услуг в сфере заготовок сельскохозяйственной продукции организациями потребительской кооперации: Монография. г. Княгинино. Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, 2008. 141 с.

CATERING IN THE SYSTEM OF CONSUMER SERVICES

Keywords: catering services, subjects and objects of the market, functions, general and specific properties of catering services

Annotation. The article clarifies the concept of «catering», objects and subjects of the market of catering service, considers the functions and features of catering into consumer market, providing services to the population common to all service properties so identified and specific are defined.

КУТАЕВА ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, Россия, Княгинино, (kutaeva1959@mail.ru).

KUTAEVA TATYANA NIKOLAEVNA – candidate of economic sciences, associate professor of the chair «Accounting and audit», Nizhny Novgorod State Engineering and Economic Institute, Russia, Knyaginino, (kutaeva1959@mail.ru).

КУТАЕВА ЕКАТЕРИНА АЛЕКСАНДРОВНА – администратор кафе «Молоко Лето» Нижний Новгород, (kut.ka@mail.ru).

KUTAEVA EKATERINA ALEXANDROVNA – manager of the café «Molokolet», Nizhny Novgorod, (kut.ka@mail.ru).
